LIÊN BANG MEXICO

Thông tin thị trường

Trung tâm Hỗ trợ hội nhập quốc tế Thành phố Hồ Chí Minh

Tháng 11/2018

Mục lục

Lời nói đầu **2**
I. Khái quát về Mexico **3**
1.1 Thông tin chung 3
1.2 Tình hình kinh tế 4
1.3 Tình hình thương mại 5
II. Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Mexico **6**
2.1 Tình hình chung 6
2.2 Các mặt hàng chính 7
III. Tận dụng ưu đãi từ hiệp định thương mại tự do **8**
3.1 Lộ trình giảm thuế chung 8
3.2 Lộ trình giảm thuế từng mặt hàng 9
3.3 Quy tắc xuất xứ trong CPTPP 9
3.4 Các quy định khác trong CPTPP 10
a) Quy định SPS 10
b) Quy định TBT 10
c) Thương mại điện tử 11
d) Sở hữu trí tuệ 12
e) Yêu cầu về lao động 13
f) Yêu cầu về bảo vệ môi trường 14
IV. Một số lưu ý dành cho doanh nghiệp xuất khẩu **15**
4.1 Hệ thống tiêu chuẩn riêng của thị trường Mexico 15
4.2 Quy định về thuế 15
4.3 Thị hiếu người tiêu dùng 16
4.4 Kênh phân phối 16
4.5 Văn hóa kinh doanh 17
4.6 Những địa chỉ hữu ích 18
TÀI LIỆU THAM KHẢO **19**

Lời nói đầu

Mexico là một quốc gia Mỹ Latin rộng lớn ở khu vực Bắc Mỹ. Với sự pha trộn độc đáo giữa lịch sử bản địa lâu đời và nền văn hóa Tây Ban Nha, đất nước này sở hữu một nền văn hóa vô cùng đặc sắc, nổi tiếng với các món ăn tuyệt vời, những điệu nhảy nồng nhiệt, và âm nhạc sôi động. Đây từng là nơi ra đời của hai nền văn minh lớn ở châu Mỹ là Maya và Aztec. Nước này cũng sở hữu nhiều kỳ quan thiên nhiên hấp dẫn từ vùng sa mạc khô cằn đến những khu rừng rậm nhiệt đới âm u.

Về kinh tế, mặc dù đứng thứ 15 trên thế giới, nhưng hiện tại Mexico vẫn bị xếp vào nhóm các nước đang phát triển, đồng thời nước này vẫn còn phải đối mặt với nhiều vấn đề xã hội nghiêm trọng như bất bình đẳng về thu nhập, tỷ lệ nghèo đói cao, tình trạng bạo lực, tham nhũng, buôn bán ma túy tại nhiều vùng của đất nước.

Việt Nam và Mexico đã thiết lập quan hệ ngoại giao từ ngày 19/5/1975. Trong suốt những năm qua, quan hệ chính trị, kinh tế, văn hóa giữa hai nước luôn diễn ra tốt đẹp. Kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Mexico tiếp tục tăng trưởng qua từng năm. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu đã đạt hơn 2,9 tỷ USD trong năm 2017. Các mặt hàng giao dịch chính giữa hai nước bao gồm: giày dép các loại, hàng dệt may, hàng thủy sản, điện thoại di động, máy vi tính, đồ điện tử, máy móc thiết bị, phụ tùng...

Tuy quan hệ thương mại song phương giữa Việt Nam và Mexico không ngừng phát triển, nhưng giá trị xuất nhập khẩu giữa hai nước thực tế cũng chỉ đang ở mức tiềm năng. Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) vừa được ký kết vào ngày 8/3/2018 giữa 11 quốc gia, trong đó có Việt Nam và Mexico, dự kiến sẽ mở ra nhiều cơ hội hợp tác thương mại mới, giúp khai thác sâu hơn tiềm năng xuất khẩu từ Việt Nam vào thị trường Mexico.

Nhằm hỗ trợ những doanh nghiệp có ý định mở rộng kinh doanh tại thị trường Mexico (đặc biệt trong bối cảnh hiệp định CPTPP chuẩn bị có hiệu lực), bài viết dưới đây sẽ cập nhật những thông tin nổi bật nhất về đất nước Mexico, phân tích tình hình xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Mexico trong những năm gần đây, giới thiệu các quy định về thuế quan, những cách tận dụng ưu đãi từ CPTPP, và nhiều thông tin hữu ích khác cho hoạt động kinh doanh tại thị trường này.

I. Khái quát về Mexico

1.1 Thông tin chung

Tên chính thức: Liên bang Mexico	**Thủ đô: Thành phố Mexico**
Dân số: 129,2 triệu người (2017)	Diện tích: 1.972.550 km^2
Ngôn ngữ: Tiếng Tây Ban Nha	Đồng tiền: Đồng Peso
Chế độ chính trị: Thể chế Cộng hoà Liên bang đại nghị	Khí hậu: Đa dạng, từ nhiệt đới tới sa mạc.

Liên bang Mexico nằm ở khu vực Bắc Mỹ, có biên giới giáp ranh với Hoa Kỳ ở phía bắc, Guatemala và Belize ở phía Nam, tiếp giáp biển Thái Bình Dương ở phía Tây và biển Caribbean ở phía Đông. Địa hình của Mexico chủ yếu là đồi núi, với 3 dãy núi chính nằm dọc theo đường bờ biển, và cao nguyên ở trung tâm.

Mexico là một trong những quốc gia có đặc điểm khí hậu đa dạng nhất trên thế giới. Đường chí tuyến bắc phân chia lãnh thổ México thành hai vùng khí hậu riêng biệt: nửa phía bắc có khí hậu ôn hòa, còn nửa phía nam thì có điều kiện khí hậu phân theo độ cao địa hình.

Mexico là quốc gia có số lượng người nói tiếng Tây Ban Nha nhiều nhất thế giới. Hai loại tiếng bản địa khác là Nahuatl và Maya Yucatec. Tiếng Tây Ban Nha được 97% dân số Mexico sử dụng. Ngoài ra, tiếng Anh cũng được sử dụng rộng rãi trong cộng đồng người Mỹ tại Mexico, và tại những thành phố giáp biên giới phía bắc.

Mexico là thành viên của các tổ chức quốc tế như: APEC, OECD, WTO, và G-20. Nước này cũng là thành viên của Hiệp định Thương mại Tự do Bắc Mỹ (NAFTA) từ năm 1994. Hiệp định này vừa được nâng cấp và đổi tên thành Hiệp định Mỹ-Mexico-Canada (USMCA).

Một số chỉ tiêu kinh tế cơ bản của Mexico trong giai đoạn 2013 – 2017 như sau:

Chỉ tiêu	**Đơn vị tính**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**
GDP danh nghĩa	Nghìn tỷ USD	1,27	1,31	1,17	1,08	1,15
GDP bình quân đầu người	USD	10.401	10.581	9.291	8.444	8.903
Tỷ lệ lạm phát trung bình	%	3,8	4,0	2,7	2,8	6,0
Tỷ lệ thất nghiệp	%	4,9	4,8	4,3	3,9	3,4
Dân số	Triệu người	122,5	124,2	125,9	127,5	129,2

(Nguồn: World Bank)

Năm 2017, GDP của Mexico đạt 1,15 nghìn tỷ USD, đứng thứ 15 trên thế giới. Tại Mexico, ngoài ngành kinh doanh dầu hỏa do chính phủ nắm giữ, thì tất cả những ngành kinh tế chủ chốt khác đều do các tập đoàn lớn của Mỹ chi phối.

Từ năm 2012 đến nay, dưới thời Tổng thống Peña Nieto, Mexico đã thông qua nhiều chính sách cải cách sâu rộng trong các lĩnh vực giáo dục, tài chính, viễn thông, nâng cấp cơ sở hạ tầng, hiện đại hóa hệ thống thu thuế và luật lao động, mở cửa cho phép đầu tư tư nhân trong lĩnh vực năng lượng, cùng nhiều chính sách khác nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, Chính phủ Mexico vẫn chưa thành công trong việc thu hẹp khoảng cách giữa một nhóm thiểu số rất giàu có và phần đông người dân vẫn sống trong tình trạng nghèo khó. Mexico mang trong mình cả dáng dấp của một nền kinh tế phát triển hiện đại cùng với sự nghèo đói cùng cực trong những khu ổ chuột tồi tàn.

Năm 2017, mức lương tối thiểu của người lao động ở Mexico là 4,7 USD/ngày (ở Mỹ là 7,25 USD/giờ, tương đương 58 USD/ngày làm 8 giờ, cao gấp 12 lần so với Mexico). Chi phí lao động thấp khiến Mexico có lợi thế hơn trong việc thu hút các doanh nghiệp Mỹ đến mở nhà máy, tạo công ăn việc làm. Đây cũng là một trong lý do giải thích tại sao quốc gia này có tỷ lệ thất nghiệp thấp, chỉ ở mức 3,4% vào năm 2017.

1.2 Tình hình kinh tế

Cơ cấu	**Nông nghiệp: 3,9%**	**Công nghiệp: 31,6%**	**Dịch vụ: 64,5%**
Các ngành trọng điểm	Trồng ngô, lúa mì, đậu, bông, cà phê, cà chua.. Chăn nuôi gia súc. Khai thác gỗ. Đánh bắt cá	Khai thác dầu khí, khoáng sản. Lắp ráp ô tô, đồ điện tử. Chế biến thực phẩm và đồ uống.	Dịch vụ tài chính ngân hàng. Du lịch: bãi biển, di tích lịch sử.

(Nguồn: The World FactBook – năm 2017)

Nhóm ngành nông nghiệp: Hai ngành nông nghiệp chính ở Mexico là trồng trọt và chăn nuôi. Suốt 15 năm qua, các ngành nông nghiệp luôn chiếm một tỷ lệ thấp, dưới 4% GDP. Tuy nhiên, nông nghiệp cũng đóng vai trò nhất định trong nền kinh tế, giúp tạo ra việc làm và xóa bỏ tình trạng nghèo đói cho người dân nước này, đặc biệt là ở các vùng nông thôn.

Nhóm ngành công nghiệp: Những ngành công nghiệp trọng điểm của Mexico bao gồm sản xuất xe hơi, thiết bị điện tử và dầu hỏa. Lĩnh vực công nghiệp chế tạo ở Mexico đã phát triển đến trình độ cao, nhờ vào các nguồn vốn đầu tư nước ngoài. Mexico giữ vai trò như một nhà máy lắp ráp cho các tập đoàn đa quốc gia.

Các nhà sản xuất xe hơi nổi tiếng đã thiết lập cơ sở sản xuất tại Mexico bao gồm: General Motors Co (GM), Ford Motor Co, Chrysler Group, BMW, Toyota Motor Corp (TM), Mercedes Benz, Honda Motor LTD (HMC), và Volkswagen Group.

Nhóm ngành dịch vụ: Đây là nhóm ngành chủ lực của Mexico, chiếm gần 65% GDP, và tạo việc làm cho hơn 60% người lao động ở quốc gia này. Tài chính ngân hàng là ngành phát triển mạnh mẽ nhất, do thu hút phần lớn nguồn đầu tư nước ngoài. Theo đánh giá của IMF, hệ thống ngân hàng ở Mexico rất vững chắc. Các ngân hàng tư nhân hoạt động hiệu quả và sinh lời cao.

Đứng thứ hai là ngành du lịch. Nhờ vào hệ sinh thái đa dạng, và sở hữu nhiều danh lam thắng cảnh mà ngành du lịch của Mexico cũng có cơ hội phát triển mạnh. Mexico có đến 31 di sản văn hóa thế giới được UNESCO công nhận. Đất nước này cũng nổi tiếng với nhiều bãi tắm đẹp trên vịnh México, biển Caribbean và vịnh California.

1.3 Tình hình thương mại

Tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa hàng năm của Mexico trong giai đoạn 2013 – 2017 như sau:

ĐVT: Tỷ USD

Năm	Tổng giá trị xuất khẩu hàng hóa	Tổng giá trị nhập khẩu hàng hóa	Tổng kim ngạch XNK	Cán cân TM
2013	379,9	381,2	761,2	-1,3
2014	396,9	400,0	796,9	-3,1
2015	380,6	395,2	775,9	-14,6
2016	373,9	387,1	761,0	-13,2
2017	409,5	420,4	829,8	-10,9

(Nguồn: www.trademap.org)

Trong giai đoạn 2013 – 2017, hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa của Mexico tăng giảm không ổn định. Cả giá trị xuất khẩu và nhập khẩu của nước này đều giảm liên tục trong hai năm 2015 và 2016, sau đó tăng mạnh trở lại vào năm 2017, với tổng kim ngạch đạt 829,8 tỷ USD. Từ năm 2013 đến nay, cán cân thương mại của Mexico luôn trong tình trạng thâm hụt, đạt mức cao nhất vào năm 2015 với 14,6 tỷ USD, và giảm còn 10,9 tỷ USD vào năm 2017.

Hoạt động giao thương của Mexico chủ yếu diễn ra với các nước láng giềng Bắc Mỹ (chiếm hơn 80% tổng giá trị xuất nhập khẩu). Những nước xuất khẩu chính trên thế giới vào thị trường Mexico trong năm 2017 bao gồm: Mỹ (thị phần 46,4%), Trung Quốc

(17,6%) Nhật Bản (4,3%) Đức (3,9%). Việt Nam chỉ đứng thứ 14 trong danh sách các nước đối tác xuất khẩu vào Mexico, chiếm thị phần 1,1%.

Trong năm 2017, các mặt hàng nhập khẩu chính của Mexico, xét theo thứ tự giá trị kim ngạch giảm dần, bao gồm: Máy móc, thiết bị điện tử; máy tính; ô tô; dầu hỏa; đồ nhựa; thiết bị quang học, kỹ thuật, y tế; sắt thép; hóa chất hữu cơ; cao su...

II. Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Mexico

2.1 Tình hình chung

Việt Nam và Mexico hiện chưa ký kết hiệp định thương mại song phương. Do đó, hàng Việt Nam khi xuất sang thị trường Mexico chỉ được hưởng ưu đãi Tối huệ quốc (MFN), do cả hai nước đều là thành viên của WTO.

Nhằm thúc đẩy quan hệ kinh tế thương mại song phương, ngày 4/2/2016, Chính phủ hai nước đã cùng ký kết thỏa thuận thành lập Ủy ban hỗn hợp Việt Nam-Mexico về Hợp tác Kinh tế, Thương mại và Đầu tư.

Tình hình thương mại hàng hóa giữa Mexico và Việt Nam giai đoạn 2013 – 2017 diễn ra như sau:

ĐVT: Tỷ USD

Năm	Việt Nam xuất khẩu sang Mexico	Việt Nam nhập khẩu từ Mexico	Tổng kim ngạch XNK	Cán cân TM
2013	0,89	0,12	1,10	0,77
2014	1,04	0,26	1,30	0,78
2015	1,55	0,47	2,03	1,07
2016	1,89	0,48	2,37	1,41
2017	2,34	0,57	2,91	1,77

(Nguồn: Tổng hợp từ thống kê của Tổng Cục Hải Quan)

Trong giai đoạn 2013-2017, hoạt động xuất khẩu hàng hóa từ Việt Nam sang Mexico phát triển mạnh mẽ, tăng gấp 2,6 lần. Trong khi đó, giá trị xuất khẩu hàng hóa từ Mexico sang Việt Nam cũng tăng gấp 4,7 lần. Việt Nam luôn đạt thăng dư thương mại với Mexico, và mức thặng dư này có xu hướng ngày càng tăng. Tính đến cuối năm 2017, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa hai nước đạt trên 2,9 tỷ USD, trong đó, Việt Nam xuất siêu đến gần 1,8 tỷ USD.

2.2 Các mặt hàng chính

Chi tiết tình hình xuất nhập khẩu các mặt hàng chính giữa Việt Nam và Mexico trong năm 2016 và 2017 như sau:

Đvt giá trị: triệu USD

Tên hàng hóa/Mặt hàng	2016			2017		
	Giá trị	Tỷ trọng	Tăng trưởng	Giá trị	Tỷ trọng	Tăng trưởng
HÀNG HÓA XUẤT KHẨU	**1.888**			**2.340**		
Điện thoại các loại và linh kiện	694	*36,7%*	*14,3%*	520	*22,2%*	*-25%*
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	271	*14,4%*	*87,1%*	738	*141,9%*	*172%*
Giày dép các loại	257	*13,6%*	*11,9%*	289	*39,2%*	*12%*
Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	103	*5,5%*	*66,9%*	167	*57,8%*	*62%*
Hàng thủy sản	95	*5,1%*	*-12,7%*	123	*73,7%*	*29%*
Hàng dệt, may	95	*5,0%*	*-4,7%*	88	*71,5%*	*-7%*
HÀNG HÓA NHẬP KHẨU	**484**			**567**		
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	213	*44,1%*	*15,1%*	192	*33,9%*	*-10%*
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	74	*15,4%*	*14,1%*	108	*56,3%*	*46%*

(*) Ghi chú: Tỷ trọng là phần trăm giá trị xuất khẩu của một mặt hàng trong tổng giá trị xuất khẩu. Tăng trưởng là tỷ lệ tăng trưởng so với năm liền kề

Nguồn: Tổng hợp từ thống kê của Tổng Cục Hải Quan

Các mặt hàng xuất khẩu chính từ Việt Nam vào thị trường Mexico gồm: (i) điện thoại các loại và linh kiện, (ii) máy vi tính, sản phẩm điện tử, linh kiện, (iii) giày dép các loại, (iv) máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác, (v) hàng thủy sản, (vi) hàng dệt may.

Ở chiều ngược lại, các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Mexico vào Việt Nam gồm có: (i) máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, (ii) máy móc, thiết bị phụ tùng.

Nhìn chung, cả Việt Nam và Mexico đều là những địa điểm hàng đầu trong lĩnh vực sản xuất chế tạo, nhờ vào các dòng vốn FDI. Do đó, những mặt hàng giao thương chủ lực

giữa hai nước như máy móc, thiết bị, linh kiện điện tử cũng mang tính hỗ trợ, bổ sung lẫn nhau trong chuỗi cung ứng.

Đối với lĩnh vực xuất khẩu thủy sản, theo báo cáo của Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thuỷ sản Việt Nam (VASEP), Mexico là một thị trường tiềm năng của cá tra Việt Nam. Trong năm 2017, xuất khẩu cá tra vào thị trường Mexico đạt 104,2 triệu USD, tăng 26,3% so với năm 2016.

Nhằm mở rộng quan hệ hợp tác thương mại, Bộ Nông nghiệp của cả hai quốc gia cũng đang phối hợp chặt chẽ để hướng tới một số thỏa thuận như: Biên bản ghi nhớ về Kiểm dịch thực vật, Biên bản ghi nhớ về Thú y và Kiểm dịch Động vật, Thỏa thuận Hợp tác về Nghề cá và Nuôi trồng Thủy sản.

III. Tận dụng ưu đãi từ hiệp định thương mại tự do

Ngày 24/4/2018, Mexico đã trở thành quốc gia đầu tiên phê chuẩn Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) - một hiệp định tự do thương mại giữa 11 nền kinh tế xung quanh vành đai Thái Bình Dương, trong đó có Việt Nam.

Một khi có hiệu lực, CPTPP sẽ góp phần thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang các thị trường lớn như Nhật Bản, Australia, Canada, Mexico, cũng như thu hút đầu tư nước ngoài vào các ngành, lĩnh vực mà Việt Nam đang có nhu cầu phát triển.

Với CPTPP, các nước không chỉ cam kết mở cửa thị trường, gỡ bỏ hàng rào thuế quan, mà còn hướng đến nâng cao các tiêu chuẩn về môi trường, lao động, cải cách thể chế, minh bạch hóa, và thiết lập quy định nền tảng cho thương mại điện tử. Khi chúng ta thực thi những cam kết hội nhập này, năng lực cạnh tranh của nền kinh tế, các ngành nghề, doanh nghiệp, và sản phẩm sẽ được cải thiện và nâng cao hơn nữa.

3.1 Lộ trình giảm thuế chung

Theo hiệp định CPTPP, Việt Nam cam kết ưu đãi thuế quan cho hàng hóa từ các nước CPTPP như sau: 65,8% số dòng thuế sẽ được loại bỏ (thuế suất 0%) ngay khi hiệp định có hiệu lực; 86,5% số dòng thuế có thuế suất 0% vào năm thứ 4; 97,8% số dòng thuế có thuế suất 0% vào năm thứ 11 kể từ khi hiệp định có hiệu lực. Các mặt hàng còn lại cam kết xoá bỏ thuế nhập khẩu với lộ trình xóa bỏ thuế tối đa vào năm thứ 16 hoặc theo hạn ngạch thuế quan.

Phía Mexico cũng cam kết cắt giảm 77,2% các dòng thuế cho các nước CPTPP ngay khi hiệp định có hiệu lực, và 98% số dòng thuế sẽ về 0% vào năm thứ 10. Ngoài ra, Mexico sẽ áp dụng hạn ngạch thuế quan đối với các mặt hàng bơ, đường, kem, sữa và các chế phẩm khác từ sữa.

3.2 Lộ trình giảm thuế từng mặt hàng

Cam kết thuế của Mexico đối với một số mặt hàng xuất khẩu quan trọng của Việt Nam như sau:

Thủy sản	+ Cá tra, basa, xóa bỏ thuế vào năm thứ 3; + Tôm đông lạnh xóa bỏ vào năm thứ 13; + Tôm chế biến xóa bỏ vào năm thứ 12; + Cá ngừ chế biến xóa bỏ thuế vào năm thứ 16, trong đó giữ nguyên mức thuế cơ sở trong 5 năm đầu tiên rồi giảm dần về 0%.
Dệt may	+ Xóa bỏ thuế theo lộ trình và tối đa vào năm thứ 16.
Giày dép	+ Xóa bỏ thuế theo lộ trình và tối đa vào năm thứ 13.
Gạo	+ Thóc, gạo lứt và gạo tấm xóa bỏ thuê ngay khi Hiệp định có hiệu lực; các mặt hàng gạo xay xát sẽ giảm về 0% vào năm thứ 10.
Túi xách	+ Xóa bỏ thuế vào năm thứ 10.
Cà phê	+ Xóa bỏ thuế cà phê hạt Robusta vào năm thứ 16. + Cà phê chế biến giảm mức thuế suất 50% so với mức thuế hiện hành vào năm thứ 10 kể từ khi Hiệp định có hiệu lực.

3.3 Quy tắc xuất xứ trong CPTPP

a) Quy tắc chung

Theo CPTPP, hàng hóa được coi là có xuất xứ từ các nước thành viên khi thuộc một trong ba trường hợp sau:

- Trường hợp 1: Hàng hóa có xuất xứ thuần túy

Hàng hóa có xuất xứ thuần túy là hàng hóa được trồng, thu hoạch hoặc đánh bắt ở trong khu vực CPTPP. Ví dụ cây trồng, động vật sống, khoảng sản và các chất sản sinh tự nhiên ở các nước CPTPP.

- Trường hợp 2: Hàng hóa được sản xuất toàn bộ trong khu vực CPTPP và chỉ từ các nguyên liệu có xuất xứ từ CPTPP

Ví dụ, sản phẩm bánh ngọt được sản xuất tại Việt Nam từ các nguyên liệu sô-cô-la có xuất xứ Canada, đường Úc và sữa New Zealand (Việt Nam, Canada, Úc, New Zealand đều là thành viên CPTPP) thì được coi là có xuất xứ CPTPP dạng này.

*- Trường hợp 3: Hàng hóa được sản xuất tại khu vực CPTPP, sử dụng nguyên liệu không có xuất xứ CPTPP nhưng đáp ứng được **các quy tắc xuất xứ cụ thể mặt hàng** quy định trong **Phụ lục 3-d của Chương 3***

b) Quy tắc xuất xứ cụ thể mặt hàng

Đây là nhóm quy tắc được áp dụng phổ biến nhất (trong bối cảnh sản xuất thường là theo chuỗi, với các nguyên liệu từ và các công đoạn diễn ra ở nhiều nước trên thế giới). Tuy nhiên, đây cũng là nhóm quy tắc xuất xứ phức tạp nhất, và có khác biệt nhiều nhất giữa CPTPP và các FTA mà Việt Nam đã từng ký kết trước đây.

CPTPP quy định 03 phương pháp xác định xuất xứ cho trường hợp này, bao gồm:

+ Quy tắc chuyển đổi mã hàng hóa (phương chuyển đổi mã HS);

+ Quy tắc hàm lượng giá trị nội khối (phương pháp RVC);

+ Quy tắc công đoạn sản xuất;

3.4 Các quy định khác trong CPTPP

a) Quy định SPS

Các biện pháp an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật (SPS) là nhằm khiến cho việc áp dụng các biện pháp ngăn chặn nhập khẩu vì lý do an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật trở nên khó áp dụng hơn, từ đó, giúp thương mại hàng hóa nông nghiệp được thuận lợi hơn. SPS trong TPP được mở rộng từ các quy định SPS của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), với các điểm mới sau:

+ Phân tích khoa học và rủi ro: CPTPP yêu cầu các biện pháp SPS phải dựa trên cơ sở khoa học, có đánh giá rủi ro, và có số liệu cụ thể.

+ Kiểm tra nhập khẩu: CPTPP yêu cầu các biện kiểm tra nhập khẩu của nước nhập khẩu phải theo tiêu chuẩn thí nghiệm quốc tế, và phải được tiến hành "không chậm trễ".

+ Điều khoản về chứng nhận: CPTPP cho phép bên nhập khẩu yêu cầu các giấy chứng nhận, nhưng phải theo tiêu chuẩn, hướng dẫn và khuyến nghị của quốc tế,

+ Kiểm toán: nước nhập khẩu được quyền kiểm toán hệ thống SPS của nước xuất khẩu, bao gồm cả kiểm tra hiện trường, để xem hệ thống SPS ở nước xuất khẩu có tương thích với hệ thống SPS ở nước nhập khẩu hay không.

+ Minh bạch: yêu cầu bên nhập khẩu phải cung cấp cơ sở và số liệu để chứng minh cho các biện pháp ngăn chặn của mình khi được nhà xuất khẩu yêu cầu. Nhà xuất khẩu phải cho các bên quan tâm (bao gồm chính phủ và doanh nghiệp của nước xuất khẩu) cơ hội được bình luận, góp ý.

b) Quy định TBT

Các hàng rào kỹ thuật đối với thương mại (TBT) được quy định tại Chương 8 của Hiệp định. Thành viên CPTPP cam kết đảm bảo tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật và quy

trình đánh giá sự phù hợp không tạo ra rào cản không cần thiết cho thương mại giữa các nước, đẩy mạnh tính minh bạch và hợp tác giữa các quốc gia.

Ngoài việc yêu cầu các nước áp dụng một số điều khoản trong Hiệp định TBT của WTO, CPTPP còn có thêm một số các cam kết liên quan tới quy trình đánh giá sự phù hợp và yêu cầu cho các tiêu chuẩn TBT đối với một số sản phẩm cụ thể.

- Về tiêu chuẩn: Các bên cam kết xây dựng tiêu chuẩn dựa trên vai trò quan trọng hơn của tiêu chuẩn quốc tế, làm giảm các rào cản không cần thiết đối với thương mại. Các nước thành viên phải đảm bảo các tiêu chuẩn kỹ thuật đã thông qua phải được công bố ngay hoặc phải sẵn sàng được cung cấp ngay khi cần.

- Về quy chuẩn: Khác với tiêu chuẩn được áp dụng tự nguyện, quy chuẩn là biện pháp kỹ thuật mà các quốc gia ràng buộc đối với các loại hàng hóa. Đối với vấn đề này, CPTPP yêu cầu thành viên cam kết thực hiện theo các quy định trong Hiệp định TBT của WTO. Theo đó, các nước khi ban hành quy chuẩn cần đảm bảo hài hòa với các tiêu chuẩn quốc tế.

- Về quy trình đánh giá sự phù hợp: CPTPP đặt ra yêu cầu không phân biệt đối xử giữa các tổ chức đánh giá sự phù hợp đặt trụ sở tại các quốc gia CPTPP khác và tổ chức của quốc gia mình. Bên cạnh đó, các nước thành viên không được yêu cầu tổ chức đánh giá sự phù hợp đặt trụ sở hay văn phòng đại diện ở quốc gia mình. Các quy định này có ý nghĩa thúc đẩy việc thừa nhận lẫn nhau trong chứng nhận, phê duyệt, cấp phép hoặc công nhận dưới hình thức khác giữa các nước thành viên CPTPP.

Chương TBT cũng đưa ra các yêu cầu về tính minh bạch. Trong đó, các bên có quyền tham gia một cách công bằng vào quá trình xây dựng quy chuẩn, tiêu chuẩn kỹ thuật, và quy trình đánh giá hợp quy của các nước CPTPP khác. Qua đó, các quốc gia đóng góp ý kiến trong trường hợp nhận thấy khả năng gây cản trở thương mại. Ngoài sự tham gia của chính phủ, CPTPP khuyến khích các phương pháp tăng cường tính minh bạch bằng cách sử dụng các công cụ điện tử, hướng tới việc tham gia của cộng đồng.

Đối với một số loại hàng hóa cụ thể, CPTPP có phụ lục về các nguyên tắc ràng buộc thành viên khi ban hành các quy định TBT đối với sáu nhóm hàng hóa là rượu vang và đồ uống chưng cất, các sản phẩm công nghệ thông tin, dược phẩm, thiết bị y tế, mỹ phẩm, thực phẩm đóng gói và phụ gia thực phẩm.

c) Thương mại điện tử

Một lý do khiến CPTPP được xem là hiệp định thương mại tự do thế hệ mới là vì nó bao hàm những chủ đề rất mới mẻ, ảnh hưởng trực tiếp tới các hoạt động thương mại hàng hóa và dịch vụ của thế kỷ 21, chẳng hạn như Chương về Thương mại điện tử.

Chương Thương mại điện tử trong CPTPP đưa ra những cam kết tập trung vào 3 nhóm chính sau đây:

+ Nhóm các cam kết liên quan tới chính sách về thương mại điện tử

+ Nhóm các cam kết liên quan tới bảo vệ người tiêu dùng

+ Nhóm các cam kết về tôn trọng tự do của các chủ thể tham gia thương mại điện tử

Các nước thành viên CPTPP cũng được trao cho những quyền liên quan đến vấn đề thương mại điện tử, bao gồm:

+ Quyền áp các loại thuế, phí, lệ phí nội địa đối với các "nội dung được truyền bằng phương thức điện tử", miễn là các loại thuế, lệ phí hoặc khoản thu đó phù hợp với các quy định của Hiệp định

+ Có quyền không áp dụng nghĩa vụ "không phân biệt đối xử" đối với các hoạt động sử dụng các khoản trợ cấp hay tài trợ bởi Chính phủ của một nước thành viên CPTPP khác.

+ Mỗi nước thành viên có thể có những yêu cầu quản lý riêng đối với việc lưu chuyển thông tin bằng các phương thức điện tử; đối với việc sử dụng và đặt máy chủ (bao gồm cả các yêu cầu để đảm bảo an ninh, bảo mật thông tin liên lạc);

Bên cạnh đó, chương về Thương mại điện tử cũng có một nhóm các quy định riêng nhằm hạn chế Nhà nước can thiệp vào quyền tự do tiếp cận thương mại điện tử của doanh nghiệp và người tiêu dùng.

d) Sở hữu trí tuệ

Sở hữu trí tuệ được coi là một trong những nội dung gây nhiều tranh cãi và cũng khó khăn nhất trong đàm phán TPP trước đây. Điều này cũng là lý do khiến Chương về sở hữu trí tuệ có nhiều Điều, khoản bị tạm dừng thực thi nhất (11 Điều, khoản) trong TPP phiên bản 11 quốc gia. Những cam kết chính trong chương này gồm có 4 nhóm:

- Cam kết chung;

- Cam kết về các tiêu chuẩn bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ;

- Cam kết về một số sản phẩm sở hữu trí tuệ đặc thù;

- Cam kết thực thi các quyền sở hữu trí tuệ.

Tuy nhiên, do những quy định điều chỉnh các sản phẩm sở hữu trí tuệ đặc thù như dược phẩm, nông hóa phẩm, giống cây trồng, cũng như quyền lợi và trách nhiệm của các nhà cung cấp dịch vụ mạng,… được hình thành chủ yếu từ đề xuất của phía Hoa Kỳ. Do vậy, khi nước này rút khỏi TPP, phần lớn những cam kết liên quan đến các sản phẩm nêu trên bị tạm ngừng thực thi.

So với những hiệp định về quyền sở hữu trí tuệ mà trước đây Việt Nam tham gia, CPTPP có mức độ bao phủ rộng và yêu cầu khắt khe hơn. Cụ thể:

Đối tượng được bảo hộ: Ngoài các đối tượng truyền thống mà pháp luật mà các nước đang bảo hộ (như chữ, ký hiệu, từ ngữ, hình ảnh), CPTPP còn mở rộng ra cả âm thanh, và khuyến khích các nước bảo hộ cả mùi.

Đối với trường hợp nhãn hiệu nổi tiếng, CPTPP yêu cầu quốc gia thành viên không được lấy tiêu chí số lượng các quốc gia đã bảo hộ nhãn hiệu, đã công nhận nhãn hiệu nổi tiếng hoặc đã nằm trong danh mục nhãn hiệu nổi tiếng để quyết định bảo hộ nhãn hiệu nổi tiếng.

CPTPP yêu cầu 11 nước tham gia phải áp dụng các biện pháp cụ thể để đảm bảo thủ tục hành chính ngắn gọn, minh bạch trong đăng ký, gia hạn nhãn hiệu thương mại, đảm bảo cơ hội phản hồi của người nộp đơn cũng như cơ hội phản đối của các bên thứ ba, đồng thời khuyến khích các nước sử dụng hệ thống đăng ký nhãn hiệu thương mại điện tử để minh bạch hóa các quy trình này.

Ngoài ra, CPTPP cũng có quy định về cơ chế giải quyết tranh chấp nhằm giải quyết các vấn đề liên quan đến sở hữu trí tự giữa quốc gia với quốc gia nhằm đảm bảo 11 nước thành viên thực hiện nghiêm túc các quy định tại Chương này.

e) Yêu cầu về lao động

Với mục tiêu đẩy mạnh phát triển bền vững, tăng trưởng thương mại đầu tư gắn liền với nâng cao lợi ích của người lao động, CPTPP đã bổ sung các quy định về trách nhiệm của các bên tham gia trong việc đảm bảo quyền, lợi ích của người lao động. Cụ thể, CPTPP đặt ra hai yêu cầu chính về lĩnh vực lao động đối với 11 nước tham gia là: (i) hoàn thiện hệ thống pháp luật theo tiêu chuẩn quốc tế và (ii) đảm bảo yếu tố thực thi trong thực tế áp dụng.

Đối với yêu cầu (i), CPTPP đòi hỏi các nước thành viên phải tuân thủ các tiêu chuẩn lao động trong Tuyên bố 1998 của ILO về Các nguyên tắc và các quyền cơ bản tại nơi làm việc (4 nguyên tắc chính) như sau:

- Quyền tự do liên kết và thương lượng tập thể của người lao động và người sử dụng lao động;

- Xóa bỏ lao động cưỡng bức và lao động bắt buộc;

- Cấm sử dụng lao động trẻ em;

- Xóa bỏ mọi hình thức phân biệt đối xử về việc làm và nghề nghiệp

Liên quan đến yêu cầu (ii), CPTPP nhấn mạnh các quốc gia ký kết Hiệp định phải loại bỏ những hành vi có tính liên tục hoặc chuỗi hành vi lặp đi lặp lại có thể gây ảnh hưởng đến hiệu lực thực thi của các quy định pháp luật lao động tại mỗi nước.

Các nội dung đã nêu ở trên chỉ mang tính nền tảng, và chủ yếu đặt ra nghĩa vụ cho cơ quan nhà nước ở cấp trung ương và địa phương. Tuy nhiên, khác với Hiệp định

thương mại tự do Việt Nam-EU (EVFTA), CPTPP bổ sung cơ chế giải quyết tranh chấp về vấn đề lao động giữa những nước thành viên. Quy định này cho phép quốc gia khởi kiện có thể ngừng cung cấp những ưu đãi thương mại như đã nêu trong Hiệp định cho nước thành viên bị khởi kiện định nếu nước này, theo phán quyết của cơ quan giải quyết tranh chấp, đã không thực thi hoặc thực thi không đầy đủ các nghĩa vụ về bảo đảm tiêu chuẩn lao động như đã cam kết.

f) Yêu cầu về bảo vệ môi trường

CPTPP là Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới yêu cầu các quốc gia thành viên phải đảm bảo sự đầy đủ hệ thống pháp luật và thực thi hiệu quả những quy định này. Đồng thời, Hiệp định cũng yêu cầu 11 nước tham gia hợp tác giải quyết những vấn đề môi trường chính bao gồm:

- Bảo vệ tầng ozone, thông qua thực hiện các chương trình, chính sách kiểm soát các hợp chất phát thải vào khí quyển;

- Triển khai những biện pháp nhằm ngăn ngừa ô nhiễm môi trường đại dương từ tàu biển;

- Bảo tồn và gìn giữ nguồn tài nguyên thiên nhiên thông qua việc ban hành quy định, cấm, và trừng phạt hoạt động khai thác, giao thương trái phép các loài động thực vật;

- Bảo vệ, khai thác phù hợp nguồn lợi hải sản trong đó nhấn mạnh đến hoạt động bảo tồn lâu dài cá mập, rùa biển, chim biển và động vật có vú ở đại dương

Đồng thời, CPTPP cũng yêu cầu các quốc gia thành viên thực hiện đầy đủ nghĩa vụ với tư cách bên tham gia các Điều ước quốc tế tương ứng với những vấn đề nêu trên bao gồm: Nghị định thư Montreal về các chất làm suy giảm tầng ozone; Công ước quốc tế về ngăn ngừa ô nhiễm từ tàu biển (Công ước Marpol); Công ước quốc tế về buôn bán các loài động thực vật hoang dã đang bị đe dọa (Công ước CITES) và các Công ước, thỏa thuận quốc tế về bảo vệ biển, nguồn cá biển và Chương trình hành động quốc tế ngăn ngừa, ngăn chặn và xóa bỏ hoạt động đánh hải sản bắt hợp pháp, không báo cáo và không theo quy định.

Bên cạnh đó, CPTPP còn đề cập đến nghĩa vụ của 11 nước thành viên liên quan đến các vấn đề như bảo tồn đa dạng sinh học, tiếp cận nguồn gen sinh vật; phòng trừ sinh vật ngoại lai nguy hại; thúc đẩy giảm phát thải và xây dựng nền kinh tế bền vững, năng động.

Ngoài ra, cũng như nội dung về lao động, CPTPP đã thiết lập cơ chế giải quyết tranh chấp về vấn đề môi trường giữa những nước thành viên; đây là cách thức giúp các thành viên có thể giám sát lẫn nhau để đảm bảo việc thực thi các cam kết về môi trường của từng nước được thực thi đầy đủ.

IV. Một số lưu ý dành cho doanh nghiệp xuất khẩu

4.1 Hệ thống tiêu chuẩn riêng của thị trường Mexico

Ở Mexico tồn tại 2 loại hàng rào kỹ thuật đối với các loại hàng hóa và dịch vụ

- NOM (Normas Oficiales Mexicanas): là những quy định kỹ thuật bắt buộc, do chính phủ thiết lập, ban hành và kiểm tra.

- NMX (Normas Mexicanas) là những tiêu chuẩn tự nguyện trên thị trường, do các bên liên quan đồng ý lựa chọn áp dụng.

Ở nhiều nền kinh tế phát triển (chẳng hạn như EU), những hệ thống tiêu chuẩn bắt buộc và tự nguyện thường mang tính bổ sung lẫn nhau, sản phẩm thường phải đáp ứng cả hai thì mới được bán được trên thị trường. Tuy nhiên tại Mexico, người ta tập trung nhiều hơn vào những quy định kỹ thuật bắt buộc.

Hàng hóa muốn được nhập khẩu vào thị trường Mexico phải đạt được chứng nhận NOM do Bộ Kinh tế Mexico và các cơ quan có thẩm quyền cấp phép. Để biết thêm thông tin về các tiêu chuẩn và quy trình cấp chứng nhận NOM, xin vui lòng truy cập đường link sau: https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/standards

4.2 Quy định về thuế

a) Thuế quan:

Hệ thống thuế nhập khẩu của Mexico gồm:

+ Thuế ưu đãi dành cho các nước có ký kết FTA với Mexico

+ Thuế dành cho các nước thành viên WTO

+ Thuế dành cho các nước và vùng lãnh thổ không thuộc hai đối tượng trên (mức thuế thông thường)

Để được áp thuế nhập khẩu ưu đãi, nhà xuất khẩu cũng cần phải chứng minh được nguồn gốc xuất xứ của sản phẩm (giấy chứng nhận xuất xứ).

b) Thuế nội địa

Ngoài thuế nhập khẩu, hàng hóa khi nhập vào thị trường Mexico còn chịu thuế giá trị gia tăng và thuế tiêu thụ đặc biệt (đối với một số loại hàng hóa).

- Thuế giá trị gia tăng (VAT): Tỷ lệ 16% là mức VAT tiêu chuẩn, áp dụng cho hầu hết các loại hàng hóa và dịch vụ. Thuế suất 0% áp dụng cho các loại thực phẩm thiết yếu (sữa, thịt, lúa mì, ngô) dược phẩm, và một số dịch vụ nông nghiệp…

- Những trường hợp được miễn VAT: các dịch vụ xã hội, giáo dục, thể thao, văn hóa, triển lãm; dịch vụ ngân hàng, tài chính, bảo hiểm; mua bán nhà đất; cho thuê tài sản…

- Thuế tiêu thụ đặc biệt: được đánh vào những loại sản phẩm bị coi là "hàng xa xỉ", như bia (26,5%), rượu cồn (từ 26,5% đến 53%) thuốc lá (160% theo hạn ngạch), và một số sản phẩm khác theo quy định của Liên bang Mexico.

4.3 Thị hiếu người tiêu dùng

Cùng với sự phát triển của nền kinh tế, thị hiếu người tiêu dùng Mexico cũng đã thay đổi đáng kể theo thời gian. Mặc dù sức mua của người dân Mexico tăng lên, nhưng họ cũng bận rộn hơn với công việc, do đó, họ ngày càng ưa chuộng những phương thức mua hàng tiết kiệm thời gian.

Theo báo cáo từ trang Santander Trade Portal, thị hiếu của người tiêu dùng Mexico có những đặc điểm chính như sau:

- Ngày nay, người Mexico đặc biệt coi trọng sự tiện lợi khi mua hàng. Do đó, chất lượng dịch vụ khách hàng là một yếu tố cực kỳ quan trọng chi phối các quyết định mua sắm.

- Người tiêu dùng Mexico cũng cân nhắc kỹ lưỡng những lợi ích mà họ nhận được từ số tiền họ bỏ ra cho một sản phẩm hay dịch vụ.

- Người Mexico rất chú trọng đến nhãn hiệu sản phẩm. Họ thường trung thành với một số nhãn hiệu nhất định.

- Các khách hàng Mexico đặc biệt ưa thích phương thức thanh toán trả góp hàng tháng không lãi xuất.

4.4 Kênh phân phối

Việc nắm bắt được xu hướng mua sắm của khách hàng đối với từng loại kênh phân phối sẽ giúp doanh nghiệp dễ dàng đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng hơn. Theo báo cáo từ trang Santander Trade Portal, các kênh phân phối hàng hóa chính ở Mexico gồm có:

Kênh phân phối	**Mặt hàng bán chạy**	**Những thương hiệu bán lẻ hàng đầu**
Siêu thị	Thực phẩm, đồ dùng chăm sóc cá nhân, quần áo, đồ gia dụng	Walmart, Comercial Mexicana, Soriana và Chedraui
Cửa hàng chuyên dụng	Máy tính, điện thoại, đồ nội thất, đồ gia dụng, văn phòng phẩm, đồ điện tử, đồ chơi.	Home Depot, Hermanos Vázquez, Home Mart, Lumen, Juguetibici và RadioShack

Hội chợ - Chợ trời	Hàng thủ công mỹ nghệ, đồ dùng chăm sóc cá nhân, cây cảnh, hoa, quả, thực phẩm tươi sống	Mercado de Sonora, Mercado de la Merced, và Tianguis de México.
Cửa hàng trực tuyến	Thiết bị điện tử cá nhân, các mặt hàng thời trang	Mercadolibre, Amazon, Ebay, Coppel

4.5 Văn hóa kinh doanh

Nhìn chung, người Mexico rất cởi mở và dễ tính trong công việc. Họ thường hợp tác kinh doanh với những ai mà họ có thiện cảm và tin tưởng. Vậy nên, việc xây dựng một mối quan hệ tốt đẹp, cởi mở với các đối tác Mexico là chìa khóa để tiếp cận thị trường này. Dưới đây là một vài nguyên tắc hữu ích giúp phát triển các mối quan hệ kinh doanh với đối tác người Mexico:

Đúng giờ: Cần đảm bảo rằng bạn luôn đúng giờ trong các cuộc họp, nhưng cũng đừng ngạc nhiên nếu đối tác Mexico của bạn có thể đến trễ 30 phút. Đây là một thói quen rất phổ biến trong văn hóa kinh doanh của người Mỹ Latin. Vậy nên hãy kiên nhẫn.

Giao tiếp: Mặc dù đa số doanh nhân người Mexico đều nói được tiếng Anh, bạn cũng nên học thêm một vài câu giao tiếp cơ bản để tạo thiện cảm. Ví dụ: “por favor” (vui lòng), “gracias” (cảm ơn), “adios” (chào tạm biệt) and “disculpe” (xin lỗi).

Người Mexico rất coi trọng chức vị. Nên xưng hô bằng chức danh (chủ tịch, giám đốc, trưởng phòng, vv…) trong các cuộc đối thoại. Tránh gọi đối tác bằng tên riêng (first name) trừ khi bạn được họ đề nghị.

Hội họp kinh doanh: Thời gian tốt nhất để tiến hành cuộc họp là từ 10 giờ sáng đến 1 giờ trưa. Các buổi họp thường bắt đầu bằng những cuộc trò chuyện nhỏ về gia đình hay thời tiết. Trong lần gặp gỡ đầu tiên, đối tác sẽ hỏi nhiều về lý lịch và gia đình bạn, họ muốn kiểm tra xem liệu bạn có là một người chân thật và đáng tin cậy.

Các cuộc đàm phán thường diễn ra một cách linh hoạt và không bám theo những chương trình được định sẵn. Đối với người Mexico, cuộc họp là nơi mà các ý tưởng và thông tin được trao đổi một cách tự do.

Bữa ăn: Nếu được đối tác mời đi ăn trưa, đó sẽ là cơ hội tốt để bạn thắt chặt mối quan hệ kinh doanh. Bữa ăn trưa của người Mexico thường bắt đầu vào lúc 2 giờ chiều, và có thể kéo dài từ 2 đến 3 tiếng. Họ thường dành rất nhiều thời gian để trò chuyện cá nhân, và hạn chế bàn về công việc.

Quà tặng: Người Mexico thường không chú trọng đến vấn đề quà tặng trong kinh doanh. Tuy nhiên, việc tặng những món quà nhỏ cho đối tác vẫn được xem là hành động bộc lộ sự thiện chí. Những phần quà có thể là kẹo, hoa, hoặc quà lưu niệm từ đất nước mình. Bạn không nên tặng những thứ quá riêng tư hoặc có giá trị lớn, vì họ có thể xem đó là hành động xúc phạm.

Nếu được mời tham dự một bữa ăn tại nhà, bạn nên đem theo món quà là một chai rượu, hoa, hoặc món tráng miệng. Bạn cũng nên chuẩn bị những phần quà nhỏ dành cho trẻ em nếu đối tác có con nhỏ.

4.6 Những địa chỉ hữu ích

Đại sứ quán Mexico tại Việt Nam

Địa chỉ: Tầng 11 tòa nhà Villa, 14 Thụy Khuê, Hà Nội, Việt Nam

Điện thoại: + 84-04-38470948 Fax: + 84-04-38470949.

Email: embvietnam@sre.gob.mx

Đại sứ quán Việt Nam tại Mexico

Địa chỉ: 255 Sierra Ventana, Lomas de Chapultepec, Mê-xi-cô D.F , Mê-xi-cô

Điện thoại: +52-5540-1632 Fax: +52-5540-1612

E-mail: vietnam.mx@mofa.gov.vn

Thương vụ Việt Nam tại Mexico

Euclides 12, Colonia Anzures, Delegaticon Miguel Hidalgo C.P.11590, Mexico D.F., Mexico

Điện thoại: + 52-552-540024 Fax: +52-552-540023

E-mail: mx@moit.gov.vn

Hiệp hội Quốc gia các nhà Nhập và Xuất khẩu Mexico

(Asociación Nacional de Importadores e Exportadores de la República Mexicana, A.C.)

Địa chỉ: Monterrey #130, 1er. Piso, Col. Roma, Delegación Cuauhtémoc - 06700 México, D.F.

Điện thoại: +52-55-55-648618 Fax: +52-552-540023

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tổng cục hải quan Việt Nam, 2016, Niên giám thống kê Hải quan về hàng hóa xuất nhập khẩu Việt Nam, 107 trang.

2. Tổng cục hải quan Việt Nam, 2018, Nhập khẩu nước/vùng lãnh thổ - mặt hàng chủ yếu tháng 12 năm 2017, 21 trang.

3. Tổng cục hải quan Việt Nam, 2018, Xuất khẩu nước/vùng lãnh thổ - mặt hàng chủ yếu tháng 12 năm 2017, 26 trang.

4. Cơ sở dữ liệu của Ngân hàng thế giới (WB), 10/2018, https://data.worldbank.org/country/Mexico

5. Central Intelligence Agency, The World FactBook, 10/2018, https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/mx.html

6. Bộ Ngoại giao Việt Nam, 10/2018,

www.mofahcm.gov.vn/vi/mofa/cn_vakv/america/nr040819114032/ns170207171725

7. Investopedia, Emerging Markets: Analyzing Mexico's GDP, 10/2018,

https://www.investopedia.com/articles/investing/090315/emerging-markets-analyzing-mexicos-gdp.asp

8. World's Top Imports, Mexico's Top 10 Imports, 10/2018, http://www.worldstopexports.com/mexicos-top-10-imports/

9. PWC Worldwide Tax Summaries, Mexico, 10/2018,

http://taxsummaries.pwc.com/ID/Belgium-Corporate-Other-taxes

10. International Business Culture and Business Etiquette, Mexico, 10/2018,

https://www.worldbusinessculture.com/country-profiles/mexico/culture/business-meals-entertaining/

11. Santander Trade Portal, Mexico: reaching the consumer, 10/2018,

https://en.portal.santandertrade.com/analyse-markets/mexico/reaching-the-consumers

12. Santander Trade Portal, Mexico: distributing a product, 10/2018,

https://en.portal.santandertrade.com/analyse-markets/mexico/distributing-a-product